BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek penelitian menurut Husein Umar yang dikutip oleh Umi Narimawati (2010:29), objek penelitian merupakan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu.

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan yang menjadi objek penelitian ini merupakan suatu permasalahan yang di jadikan sumber topik untuk penulisan didalam rangka menyusun suatu laporan. Penelitian ini dilakukaan dengan tujuan untuk memperoleh data-data yang berkaitan dengan objek penelitian yang berjudul "**Analisis Ekuitas Merek Motor Mio Fino**" Sedangkan objek penelitian ini adalah mengenai Ekuitas Merek pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung.

3.2. Metode Penelitian

Menurut Sugiono (2011:2), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Dalam melakukan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif analisis yaitu dengan cara menggambarkan dan membahas keadaan serta kegiatan perusahaan, berdasarkan data dan informasi yang didapat dan dikumpulkan.

Menurut Prof. Dr. Sugiono (2009:205) mendefinisikan bahwa "*Metode deskriptif analisis* adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya"

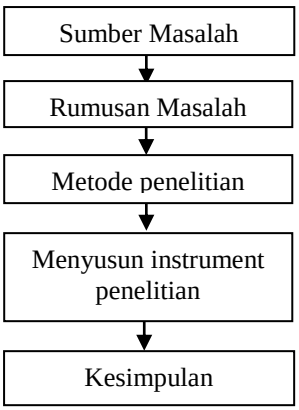
3.2.1. Desain Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian diperlukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik, sistematis serta efektif.

Desain penelitian menurut Umi Narimawati yang dikutip dari Moh. Nazir (2010:30) bahwa : "Desain Penelitian adalah semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian".

Dari pengertian diatas maka dapat dikatakan bahwa desain penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis untuk menuntun dalam proses penelitian secara benar dan tepat sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan

Menurut Sugiyono (2008:13) proses penelitian dapat disimpulkan seperti teori sebagai berikut :



Gambar 3.1
Desain Penelitian

Berdasarkan proses penelitian yang dijelaskan di atas, maka desain pada penelitian ini dijelaskan sebagai berikut :

1. Sumber Masalah

   Peneliti melakukan survey awal untuk menentukan fenomena yang terjadi untuk dijadikan sebagai sumber masalah sebagai dasar penelitian. Fenomena dalam penelitian ini yaitu :

   Tidak terlalu kuatnya ekuitas merek yang terbangun dalam benak konsumen yang membuat konsumen memilih produk lain, ekuitas merek yang kuat akan membangun merek yang baik semakin kuat ekuitas merek yang tertanam pada benak konsumen akan memberikan keuntungan yang kompetitif bagi perusahaan, hal ini dilihat dari semakin ketatnya persaingan industri otomotif sepeda motor di Indonesia khusunya di kota Bandung sehingga perusahaan harus dapat mempertahankan pelanggannya.

2. Rumusan Masalah

   Rumusan masalah merupakan bagian dari suatu pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data. Proses penemuan masalah

yang merupakan bagian dari tahap penelitian yang merupakan paling sulit karena tujuan penelitian ini adalah menjawab masalah penelitian sehingga suatu penelitian tidak dapat dilakukan dengan baik jika masalahnya tidak dirumuskan secara jelas. Masalah dalam penelitian ini meliputi :

- Bagaimana tanggapan responden mengenai Ekuitas Merek Motor Mio Fino

3. Metode Penelitian

   Peneliti dapat memilih metode penelitian yang sesuai, pertimbangan ideal duntuk memilih metode itu adalah tingkat ketelitian data yang diharapkan dan konsisten yang dikehendaki. Sedangkan pertimbangan praktis adalah, tersedianya dana, waktu, dan kemudahan yang lain. Pada penelitian kali ini metode penelitian yang digunakan adalah metode survey dengan teknik analisis data menggunakan metode analisis kualitatif.

4. Menyusun Instrumen Penelitian

   Setelah metode penelitian yang sesuai dipilih, maka peneliti dapat menyusun instrumen penelitian. Instrumen ini digunakan sebagai alat pengumpul data. Instrumen pada penelitian ini berbentuk kuesioner dan data dari perusahaan terkait. Setelah data terkumpul maka selanjutnya dianalisis untuk menjawab rumusan masalah. Selanjutnya peneliti menganalisis dan mengambil sampel untuk melakukan penelitian mengenai: Analisis Ekuitas Merek Motor Mio Fino yang diperoleh dari data kuesioner yang akan diisi oleh konsumen *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung.

5. Kesimpulan

   Kesimpulan adalah langkah terakhir dari suatu periode penelitian yang berupa jawaban terhadap rumusan masalah. Dengan menekankan pada pemecahan masalah berupa informasi mengenai solusi masalah yang bermanfaat sebagai dasar untuk pembuatan keputusan.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Menurut Sugiono (2011:38) Variabel Penelitian merupakan suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan topik yang telah dibahas maka pada penyusunan usulan penelitian ini adalah Analisis Ekuitas Merek Motor Mio Fino pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung.

Dalam penelitian ini operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Konsep Variabel	Indikator	Ukuran	Skala	Sumber
Ekuitas Merek	Seperangkat aset dan liabilitas merek yang berkaitan dengan merek, nama dan simbolnya, yang menambah atau mempengaruhi nilai yang diberikan oleh sebuah barang atau jasa kepada perusahaan atau	**Kesadaran Merek** • Mengenal Merek • Kemudahan mengingat kembali merek • Merek yang paling diingat	• Tingkat Mengenal Merek • Tingkat kemudahan untuk mengingat kembali merek • Tingkat merek yang paling diingat	Ordinal	Konsumen *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung.

	para pelanggan perusahaan. Freddy Rangkuti (2008:39)	**Kesan Kualitas** • Ketahanan Mesin • Ciri khas bentuk • Kenyamanan setelah menggunakan	•Tingkat ketahanan mesin •Tingkat kekhas bentuk •Tingkat kenyamanan setelah menggunakan		
		Asosiasi Merek • Model bentuk unik • Gaya hidup yang dirasakan • Kemampuan bersaing dengan pesaing	• Tingkat model bentuk unik • Tingkat Gaya hidup yang dirasakan • Tingkat kemampuan bersaing dengan pesaing		
		Loyalitas Merek • Menyukai merek • Bersedia membeli ulang • Bersedia merekomendasikan kepada orang lain	• Tingkat Menyukai merek • Tingkat bersedia membeli ulang • Tingkat bersedia merekomendasikan kepada orang lain		

3.2.3. Sumber dan Teknik Penentuan Data

3.2.3.1. Sumber Data (Primer dan Sekunder)

Didalam penelitian ini prosedur didalam pengumpulan data yang digunakan adalah dengan melakukan pengelompokkan ke dalam dua golongan yaitu:

1. Data Primer

   Menurut Sugiono yang dikutip oleh Umi Narimawati (2010;37) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada

pengumpul data, misalnya observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner.

2. Data Sekunder

   Menurut Sugiyono yang dikutip oleh Umi Narimawati,(2010:37) Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat dokumentasi

3.2.3.2. Teknik Penentuan Data

3.2.3.2.1. Populasi

Data yang akan digunakan didalam penelitian ini tentu merupakan keseluruhan dari suatu populasi, hal ini harap dapat dimengerti karena mengingat keterbatasan waktu, tenaga, serta masalah heterogenesis atau homogenesis dari elemen populasi tersebut. Maka didalam penelitian ini sampellah yang digunakan. Menurut Sugiyono, (2011:80) mendefinisikan populasi adalah sebagai berikut :

> "Populasi adalah wilayah generalisasi atas objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan."

Dari pengertian tersebut maka populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli motor merek Mio Fino ke *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung. dengan tujuan untuk memperoleh data. Dari hasil penelitian ternyata populasi pembeli pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur yang berada di Bandung adalah sekitar kurang lebih 300 konsumen dalam satu tahun.

3.2.3.2.2.Sampel

Menurut Sugiyono (2011:81) yang mendefinisikan tentang sampel.

"Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. "

Jenis yang akan digunakan didalam penelitian ini adalah *probability* dengan teknik random sampling, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipiih menjadi anggota sampel. Untuk mengambil jumlah sampel, penulis mengambil anggota sampel dalam penulisan penelitian ini dengan menggunakan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

E = Posisi yang digunakan

Dengan menggunakan tingkat kesalahan 10% maka pada kasus penelitian *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung. ukuran sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut ;

$$n = \frac{N}{1 + NE^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + 300(10\%)^2}$$

$$n = \frac{N}{1+NE^2} = \frac{300}{1+300(10\%)} = 75$$

$n = 75$

Maka jumlah populasi yang diambil penelitia pada *Dealer* Yamaha Berlian Pasteur Bandung ini, yang dijadikan sampel adalah sebanyak 75 orang responden.

3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data. Adapun metode pengumpulan yang dilakukan didalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Studi Lapangan *(Field Research)*

   Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data primer yang akurat, merupakan data yang diperoleh secara langsung oleh penulis dengan menggunakan usaha–usaha khusus, di antaranya dengan terjun langsung keperusahaan melalui:

   a. Observasi

      Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara terjun langsung pada bagian kegiatan yang dihadapi melalui pengamatan dan pencatatan sehingga diperoleh data.

   b. Wawancara

      Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara Tanya jawab secara lisan dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian ini.

   c. Kuesioner

      Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan untuk diisi oleh sejumlah responden.Untuk mendapatkan

data yang diperoleh bagi pencapaian sasaran penelitian ini maka digunakan pengukuran melalui sejumlah rseponden.

d. Studi Kepustakaan *(Library Research)*

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mempelajari buku-buku *(literature)* dan pemilihan teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas. Cara yang dilakukan untuk memperoleh data sekunder yang menjadi landasan teori guna mendukung data yang diperoleh selama penelitian:

e. Studi Dokumentasi

Yaitu mempelajari dokumen-dokumen yang ada di perusahaan yang berkenaan dengan masalah yang diteliti, seperti dokumen mengenai sejarah perkembangan perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan sebagainya yang menunjang penelitian.

f. Studi Literatur

Yaitu mengumpulkan data dengan cara mempelajari buku-buku, makalah dan tugas akhir untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori dan konsep yang sedang dibahas, yaitu tentang ekuitas merek.

3.2.5. Rancangan Analisis

Sebelum data dianalisis, terlebih dahulu dilakukan pengelolaan data. Setelah data terkumpul melalui kuesioner maka langkah selanjutnya adalah

melakukan tabulasi, yaitu memberikan nilai *(scoring)* sesuai dengan sistem yang ditetapkan.Scoring dilakukan dengan menggunakan skala likert yaitu 5, 4, 3, 2, 1.

3.2.5.1. Analisis Deskriptif / Kualitatif

Analisis Deskriptif atau kualitatif digunakan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan tentang ciri-ciri responden dan variabel penelitian. Untuk maksud mendeskripsikan data pada setiap variable penelitian terutama untuk melihat gambaran secara umum penelitian responden atau tanggapan responden dilakukan dengan membuat pengkategorian Analisis kualitatif digunakan dengan menyusun tabel frekuensi distribusi untuk mengetahui apakah tingkat perolehan nilai (skor) variabel penelitian masuk dalam kategori: sangat baik, baik, cukup, tidak baik, kurang baik.

Sesuai dengan teori Rendi Panuju (2000:45), menyatakan bahwa "untuk dapat melakukan penentuan kategori tertinggi, sedang dan rendah maka terlebih dahulu harus ditentukan nilai indeks minimum, maksimum, dan intervalnya serta jarak intervalnya" sebagai berikut:

1. Nilai indeks minimum adalah nilai skor minimum dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
2. Nilai indeks maksimum adalah nilai skor tertinggi dikali jumlah pertanyaan dikali jumlah responden.
3. Interval adalah selisih antara nilai indeks maksimum dengan nilai indeks minimum.
4. Jarak interval adalah interval ini dibagi jumlah jenjang yang diinginkan.

Penentuan kategori dalam ukuran persentase dilakukan dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor minimum dalam persentase $= \frac{skor\ minimum}{skor\ maksimum} x\ 100\%$

$= \frac{1}{5} x\ 100$

= 20%

Skor maksimum dalam persentase $= \frac{skor\ maksimum}{skor\ maksimum} x\ 100\%$

$= \frac{5}{5} x\ 100\%$

= 100%

Interval dalampersentase = skor maksimum - skor minimum

= 100 % - 20 %

= 80 %

Panjang interval dalam persentase $= \frac{interval}{jenjang}$

$= \frac{80\%}{5}$ = 16%

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pengkategorian Skor Jawaban

Interval Tingkat Intensitas	Tingkat Kriteria
20% - < 36%	Sangat Rendah
36% - < 52%	Rendah
52% - < 68%	Cukup Tinggi
68% - < 84%	Tinggi
84% - < 100%	Sangat Tinggi

Sumber :Umi Narimawati (2010:85)